

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bentuk unik dalam wacana, sebagai dasar dalam pembahasan teks sangat diperlukan oleh khalayak masyarakat bahasa dalam komunikasi dengan informasi yang utuh, merupakan salah satu bentuk bahasa. Dengan demikian bentuk unik merupakan hal yang menarik dalam kebahasaan, karena bentuk unik merupakan salah satu cara, ide atau gagasan suatu masalah baru yang bisa diteliti untuk memecahkan masalah tertentu. Bentuk unik kebahasaan sebenarnya banyak ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya Seperti yang terdapat pada wacana-wacana yang ada di surat kabar.

Dengan demikian, peneliti akan meneliti bentuk unik yang kini masih sedikit yang meneliti. Khususnya dalam bentuk unik yang terdapat dalam iklan. Salah satu kegiatan pemakaian bahasa dalam kehidupan sehari-hari dapat ditemukan dalam berbagai kegiatan kehidupan, salah satunya dalam perdagangan, khususnya penawaran barang atau jasa yang sering disebut iklan.

Iklan merupakan komunikasi tidak langsung melalui media. Biasanya kalimat-kalimat dalam iklan tersusun rapi atau bahkan berupa wacana yang bertujuan untuk menarik konsumen karena iklan sebagai alat komunikasi atau penghubung antara produsen dan konsumen dalam menawarkan barang atau jasa yang dirasakan lebih efisien. Sebagai alat penghubung antara produsen dan konsumen, iklan menggunakan media cetak. Media cetak tidak hanya

menyampaikan berita dan informasi yang aktual kepada pembaca, tetapi media cetak memiliki sarana atau wahana bagi para pembaca untuk menyampaikan ide, kritik, gagasan dalam menanggapi segala persoalan yang berhubungan dengan persoalan yang ada di sekitarnya.

Iklan memanfaatkan bahasa dan menggunakan strategi untuk mempromosikan barang atau jasa. Produsen menulis kelebihan-kelebihan barang atau jasa yang akan ditawarkan dengan bahasa. Penggunaan bahasa bertujuan mempengaruhi konsumen agar membeli atau memakai produknya. Bahasa iklan berkaitan dengan pemberian informasi, menarik khalayak, original, memiliki kekhasan, dan persuasif.

Bahasa iklan yang digunakan berbeda dengan penggunaan bahasa lainnya. Misalnya bahasa dalam surat, pidato, dan laporan. Bahasa iklan cenderung lebih santai dan bersahabat. Kata-kata yang digunakan menarik dan bersifat promosi. Pemilihan kata dapat mempengaruhi keberhasilan iklan dalam mempromosikan suatu produk yang ditawarkan. Salah satunya adalah iklan *provider* seluler yang banyak memuat iklan di mediamasa.

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, begitu pula dengan perkembangan komunikasi di Indonesia yang terus berkembang banyak iklan *provider* seluler memuat iklan di media cetak. Ini dibuktikan dengan banyaknya *providerseluler*, yang terus berlomba-lomba untuk menarik konsumen agar mau menggunakan produk mereka. Berbagai upaya dilakukan untuk menarik pelanggan, di antaranya dengan memasang iklan semenarik mungkin dengan bentuk bahasa yang unik dari kreatif penulisan, serta

menggunakan bentuk-bentuk unik yang dapat dilihat dari segi penulisan, penggunaan ungkapan-ungkapan, gambar, gabungan bahasa, variasi kata, klausa, maupun kalimat.

Iklan-iklan tersebut dipublikasikan melalui media cetak agar konsumen tertarik dan bersedia menggunakan produk yang ditawarkan. Iklan yang dipasang dibuat semenarik mungkin agar konsumen tergiur dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh masing-masing *provider* seluler. Bila diamati lebih mendalam, di sebuah media masa tersebar banyak bentuk wacana iklan khususnya *provider* seluler.

Wacana iklan yang mengutamakan bentuk berita adalah wacana iklan provokatif. Struktur iklan terdiri dari *headline*, *subheadline*, *bodycopy*, *panel*, slogan, ilustrasi, warna, dan tipologi. *Headline* atau judul memegang peran penting pada naskah iklan.

Biasanya judul inilah yang akan dibaca dan dapat digunakan untuk menarik perhatian pembaca dan mengajak untuk mengetahui lebih lanjut suatu iklan. Iklan tulis sebagai salah satu bentuk wacana bahasa tulis merupakan suatu hal yang mempunyai manfaat bagi manusia pada umumnya. Di dalam dunia periklanan atau pemasaran banyak produk yang memanfaatkan bentuk wacana iklan tulis untuk lebih mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat luas.

Bentuk-bentuk iklan tulis tersebut pun bermacam-macam. Ada yang menggunakan bahasa asing maupun bentuk-bentuk unik lainnya untuk

menyiasati pembaca. Salah satu contoh nyata adalah jika seseorang ingin menggunakan produk salah satu dari iklan *provider* seluler.

Di dalam setiap iklan tertulis berbagai kelebihan dan kemudahan dalam menggunakan produk tersebut akan jelas terlihat. Mungkin seseorang yang ingin membeli kartu perdana adalah orang yang perhitungan terhadap segala sesuatu. Sehingga ia berpikir bahwa ia membutuhkan berbagai kemurahan dan kemudahan yang tertulis dalam iklan produk tersebut.

Wacana baik lisan maupun tertulis merupakan wadah yang akan di jadikan tempat sebagai pemasangan informasi atau iklan. Khususnya dalam wacana tulis yang terdapat dalam surat kabar. Dalam pemasangan iklan di surat kabar diusahakan harus menggunakan bahasa yang komunikatif dan menarik.

Ungkapan-ungkapan yang terdapat dalam surat kabar, khususnya pada iklan adalah bahasa standar, biasa digunakan oleh masyarakat sehari-hari dan mudah dipahami. Begitu pula dengan bentuk unik dan bentuk kreatif dalam penulisan iklan tersebut mudah diterima dan dipahami oleh pembacanya. Bertitik tolak dari latar belakang masalah tersebut, penulis akan meneliti lebih lanjut tentang “Bentuk Unik dalam Wacana Iklan *Provider* Seluler pada Harian *Solopos* Edisi April sampai Mei 2012”.

B. Pembatasan masalah

Untuk menghindari kesalah pahaman dari judul yang telah diambil dari permasalahan, maka perlu pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Bentuk unik yang digunakan dalam wacana iklan.

2. Karakteristik bentuk unik yang terdapat dalam wacana iklan *provider* seluler pada harian surat kabar *Solopos* edisi April-Mei 2012.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, ada dua masalah yang perlu dibahas.

1. Bagaimana bentuk unik (lingual) yang terdapat dalam wacana iklan?
2. Bagaimana bentuk unik (lingual) yang terdapat dalam wacana iklan *provider* seluler pada harian *Solopos* edisi April sampai Mei 2012?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, ada dua tujuan penelitian ini yang ingin dicapai.

1. Mendeskripsikan bentuk unik (lingual) yang digunakan dalam wacana iklan.
2. Mendeskripsikan bentuk unik (lingual) yang terdapat dalam wacana iklan *provider* seluler pada harian *Solopos* edisi April sampai Mei 2012.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoretis
 - a. Memperkaya hasil penelitian tentang bentuk unik yang digunakan dalam wacana iklan *provider* seluler pada harian surat kabar *Solopos* edisi April sampai Mei 2012.

- b. Dapat dijadikan dasar dalam memahami hakikat bahasa dan proses belajar bahasa di berbagai media.

2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan salah satu alternatif contoh bahan ajar yang akan diberikan kepada siswa oleh guru.
- b. Bagi peneliti yang lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Laporan Penelitian

Sistematika dalam penelitian ini ditentukan agar dapat memperoleh gambaran yang jelas dan menyeluruh. Adapun sistematikanya sebagai berikut.

Bab I pendahuluan memuat antara lain latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II kajian pustaka berisi kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran penelitian.

Bab III metode penelitian berisi waktu dan tempat pelaksanaan penelitian, jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, keabsahan data, teknik analisis data, dan jadwal penelitian.

Bab IV merupakan bab inti dari penelitian yaitu hasil penelitian yang berisi deskripsi data, analisis data, dan pembahasan analisis data.

Bab V merupakan bab terakhir yang akan memuat kesimpulan dan saran.